



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia Unit Sibolangit

The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction At Pt. Bank Rakyat Indonesia Sibolangit Unit

Arahandson Napitupulu & Endang Haryati*

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Sibolangit. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah pinjaman PT Bank BRI Unit Sibolangit berjumlah 1.800 orang pada 2 tahun terakhir Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis parsial. Skala kualitas pelayanan disusun berdasarkan aspek kualitas pelayanan. Dalam mengukur kepuasan nasabah berdasarkan aspek Kepuasan Nasabah. Berdasarkan hasil perhitungan analisis parsial, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,994$, dengan Signifikan $p = 0,000 < 0,05$. Koefisien determinan (R^2) dari pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat adalah $R^2 = 0,988$. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdistribusi sebesar 98,80% terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kepuasan Nasabah; Kualitas pelayanan; Nasabah.

Abstract

This study aims to empirically examine how the influence of service quality on customer satisfaction at PT. Bank Rakyat Indonesia Sibolangit Unit. The type of research used in this study is a quantitative approach. The sampling technique in this study uses purposive sampling. The population in this study is 1,800 loan customers of PT Bank BRI Sibolangit Unit in the last 2 years The data analyst method used in this study is partial analysis. The service quality scale is compiled based on the aspect of service quality. In measuring customer satisfaction based on the aspect of Customer Satisfaction. Based on the results of the partial analysis calculation, it can be seen that there is an influence on service quality with customer satisfaction. This result is evidenced by the correlation coefficient $r_{xy} = 0.994$, with a significant $p = 0.000 < 0.05$. The determinant coefficient (R^2) of the influence between the independent variable and the bound variable is $R^2 = 0.988$. This shows that the quality of service is distributed by 98.80% to customer satisfaction.

Keywords: Customer Satisfaction; Service Quality; Customers.

How to Cite: Napitupulu, A. & Haryati, E. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia Unit Sibolangit. *JOUSKA: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 3(2): 64-70,



PENDAHULUAN

Perbankan memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian suatu negara. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, bank didefinisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali sebagai kredit guna meningkatkan kesejahteraan Masyarakat (Nasution, 2017; Yohana & Sahari, 2017). Bank juga menjadi lembaga yang menyediakan dana bagi masyarakat untuk berbagai kebutuhan, baik itu konsumsi, investasi, maupun usaha. Dalam konteks ini, keberhasilan bank dalam menjalankan fungsi tersebut sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah (Emilia et al., 2019; Miftahuddin, 2019).

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, atau yang lebih dikenal dengan Bank BRI, adalah salah satu bank terbesar dan tertua di Indonesia. Bank ini memiliki peran besar dalam mendukung kegiatan ekonomi masyarakat, khususnya melalui produk-produk perbankan yang beragam. Dengan slogan "Melayani Sepenuh Hati", BRI berkomitmen memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya (Peronica et al., 2022; Sinaga et al., 2022). Berbagai produk dan layanan ditawarkan, mulai dari simpanan, transfer, hingga kredit untuk kebutuhan pribadi maupun usaha. Produk unggulan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), Briguna Karya, dan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang beragam. Dalam memberikan layanan ini, kualitas pelayanan menjadi kunci utama untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah (Harita et al., 2022; Ginting et al., 2022).

Kepuasan nasabah adalah salah satu indikator utama keberhasilan sebuah bank. Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan positif yang dirasakan oleh nasabah ketika harapan mereka terpenuhi atau terlampaui (Prayogi et al., 2019; Suyanto, 2022). Dalam dunia perbankan, kepuasan nasabah tidak hanya penting untuk mempertahankan loyalitas, tetapi juga untuk memperluas basis nasabah melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Sebaliknya, ketidakpuasan nasabah dapat berakibat buruk, seperti hilangnya kepercayaan, perpindahan nasabah ke bank lain, dan reputasi buruk bagi bank (Mustika, 2009; Salim et al., 2018; Rahmat & Priambada, 2018).

Ketika nasabah merasa puas, mereka cenderung untuk terus menggunakan layanan bank dan merekomendasikannya kepada orang lain. Loyalitas ini merupakan aset berharga bagi bank karena dapat meningkatkan pendapatan dan memperkuat posisi bank di pasar. Sebaliknya, jika nasabah merasa tidak puas, mereka tidak hanya berhenti menggunakan layanan bank, tetapi juga dapat menyampaikan pengalaman buruk mereka kepada orang lain, yang pada akhirnya dapat merugikan reputasi bank (Giavinny & Ugut, 2022; Hotang et al., 2020).

Dalam dunia perbankan yang semakin kompetitif, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor kunci dalam menciptakan kepuasan nasabah. Pelayanan yang berkualitas mencakup berbagai aspek, mulai dari keramahan staf, kecepatan pelayanan, hingga kenyamanan fasilitas yang disediakan (Anjani et al., 2020; Manihuruk et al., 2020). Bagi Bank BRI, menjaga kualitas pelayanan adalah langkah strategis untuk tetap relevan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Model RATER sering digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dengan berfokus pada lima dimensi utama yang saling berkaitan. Dimensi pertama adalah kehandalan (reliability), yang mencerminkan kemampuan bank dalam memberikan layanan secara akurat dan konsisten sesuai dengan yang dijanjikan kepada nasabah. Dimensi ini menjadi indikator utama kepercayaan nasabah terhadap kemampuan operasional bank. Selanjutnya, jaminan (assurance) mengacu pada pengetahuan dan keterampilan staf dalam melayani nasabah dengan rasa percaya diri dan memberikan rasa aman. Dimensi ini mencakup sikap profesionalisme staf yang mampu menjawab kebutuhan dan pertanyaan nasabah dengan jelas (Regency & Regency, 2020; Silvia et al., 2020).

Dimensi berikutnya adalah bukti fisik (tangible), yang merujuk pada ketersediaan fasilitas fisik yang nyaman dan mendukung pengalaman nasabah, seperti ruang tunggu, kebersihan, dan ketersediaan sarana penunjang. Penampilan visual yang baik dari fasilitas bank menjadi faktor penting dalam membangun kesan pertama yang positif. Selain itu, empati (empathy) menjadi dimensi yang menekankan perhatian staf terhadap kebutuhan nasabah secara individu, termasuk mendengarkan keluhan dengan baik dan memberikan solusi yang sesuai. Dimensi ini menunjukkan bagaimana bank memahami kebutuhan unik dari setiap nasabah. Terakhir, daya tanggap (responsiveness) mencakup kemampuan staf untuk merespons kebutuhan nasabah dengan cepat dan efisien. Respons yang cepat terhadap pertanyaan atau masalah nasabah menjadi salah satu indikator kepuasan mereka.

Kelima dimensi ini menjadi landasan utama bagi bank dalam mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan. Ketika semua dimensi ini terpenuhi, bank tidak hanya menciptakan kepuasan jangka pendek, tetapi juga membangun loyalitas nasabah yang berkelanjutan, yang merupakan aset strategis bagi keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan.

Selain itu, kondisi ruang tunggu juga menjadi sorotan. Fasilitas yang kurang memadai membuat nasabah merasa tidak nyaman saat menunggu giliran pelayanan. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa dimensi tangible dalam model RATER masih perlu ditingkatkan di Bank BRI Unit Sibolangit. Meskipun demikian, nasabah juga mengakui bahwa staf di unit ini cukup ramah dan berusaha memberikan pelayanan terbaik, yang mencerminkan dimensi empathy dan assurance yang baik.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan langsung dengan kepuasan nasabah. Ketika bank mampu memberikan pelayanan yang konsisten dan memenuhi harapan nasabah, tingkat kepuasan akan meningkat. Sebaliknya, ketika ada aspek pelayanan yang tidak memenuhi harapan, nasabah akan merasa tidak puas. Dalam kasus Bank BRI Unit Sibolangit, dimensi seperti responsiveness dan tangible menjadi area yang memerlukan perhatian lebih untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Ketika nasabah merasa puas, mereka cenderung untuk tetap menggunakan layanan bank dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini memberikan dua manfaat utama bagi bank: peningkatan loyalitas nasabah dan promosi gratis melalui rekomendasi. Selain itu, nasabah yang puas juga lebih cenderung untuk menggunakan produk lain yang ditawarkan oleh bank, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan bank.

Kepuasan nasabah juga berkontribusi pada reputasi bank. Dalam dunia perbankan, reputasi adalah aset yang sangat berharga. Bank dengan reputasi yang baik akan lebih mudah menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Oleh karena itu, meningkatkan kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan nasabah adalah investasi jangka panjang yang memberikan manfaat berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Sibolangit. Dengan menggunakan model RATER sebagai kerangka kerja, penelitian ini akan menganalisis dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi manajemen Bank BRI Unit Sibolangit dalam meningkatkan kualitas pelayanan mereka.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya sehingga menimbulkan dampak terhadap penjualan. Kualitas pelayanan adalah mutu yang diberikan oleh sebuah perusahaan yang diinginkan dapat terpenuhi kebutuhan nasabah dan dapat membuat pandangan bagi nasabah bahwa kualitas pelayanan bisa diterima sesuai pengharapan nasabah.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah pinjaman PT Bank BRI Unit Sibolangit berjumlah 1.800 orang pada 2 tahun terakhir. Sampel penelitian sebanyak 57 orang nasabah pinjaman PT. Bank BRI Unit Sibolangit. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan ciri dan kriteria tertentu. Adapun karakteristik sampel adalah nasabah pinjaman yang bersedia dijadikan sampel. Metode pengumpulan data menggunakan skala likert yaitu skala kepuasan nasabah disusun berdasarkan aspek, Expectations (harapan), Performance (Kinerja), Comparison (kesesuaian), Confirmation (Penegasan), Discrepancy (ketidaksesuaian)

Skala kualitas pelayanan disusun dari aspek – aspek: Tangible (fasilitas Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (daya tangap), Assurance (jaminan), Emphaty (Empati). Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis parsial. Alasan digunakannya teknik korelasi ini karena pada penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh antara suatu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Peneliti menghitung dengan bantuan program IBM SPSS Versi 25 for windowS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil uji validitas menunjukkan Skala Kualitas Pelayanan dari 40 aitem, tidak ada aitem yang gugur atau yang skor validitas Corrected Item-Total Correlation $< 0,300$. Yang berarti keseluruhan aitem dinyatakan valid karena skor validitas Corrected Item-Total Correlation $\geq 0,300$. Skala Kepuasan Nasabah dari 40 aitem, tidak ada aitem yang gugur atau yang skor validitas Corrected Item-Total Correlation $< 0,300$. Yang berarti keseluruhan aitem dinyatakan valid karena skor validitas Corrected Item-Total Correlation $\geq 0,300$.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas sebaran ini adalah untuk meyakinkan bahwa penyebaran data penelitian yang menjadi pusat perhatian, menyebar berdasarkan prinsip kurve normal. Uji normalitas sebaran dianalisis dengan menggunakan rumus Kolmogorov dan Smirnov (K-S). Berdasarkan analisis tersebut, maka diketahui bahwa data variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah mengikuti sebaran normal, yaitu berdistribusi sesuai prinsip kurve normal. Sebagai kriterianya apabila $p > 0,050$ maka sebarannya dinyatakan normal, sebaliknya apabila $p < 0,050$ maka sebarannya dinyatakan. Tabel berikut adalah rangkuman hasil perhitungan uji normalitas sebaran.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran

Variabel	Mean	SD	K-S	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan	81,67	22,530	0,759	0,400	Normal
Kepuasan Nasabah	81,70	22,590	0,534	0,810	Normal

2. Uji Validitas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui derajat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Artinya apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Berdasarkan uji linieritas, dapat diketahui apakah variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini dapat atau tidak dianalisis secara korelasional product moment. Hasil analisis menunjukkan bahwa antara variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang linier dengan kepuasan nasabah. Sebagai kriterianya apabila p beda pada deviation for linierity $> 0,050$, artinya pengaruh tidak memiliki deviasi yang kuat, sehingga inreaksi yang terjadi antara IV dan DV murni karena interaksi keduanya tanpa dicampuri oleh adanya deviasi, maka dapat disimpulkan linier.

Tabel 6. Hasil Perhitungan Uji Linieritas

Korelasional	rx _y	F	P (sig)	Keterangan
X - Y	0,994	6,660	0,160	Linier

Kriteria : jika P Deviation from Linearity $> 0,05$ maka dinyatakan linier

Berdasarkan hasil perhitungan analisis parsial, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $rx_{y} = 0,994$, dengan Signifikan $p = 0,000 < 0,05$. Koefisien determinan (R^2) dari pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat adalah $R^2 = 0,988$. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdistribusi sebesar 98,80% terhadap kepuasan nasabah.

Tabel I. Hasil Analisis Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana

Statistik	Koef. Det. (r^2)	P	BE%	Ket
X - Y	0,988	0,000	98,8%	Signifikan

3. Uji Mean

a. Hipotetik

Variabel Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diungkap dengan menggunakan skala yang berjumlah 40 butir dan diformat menggunakan skala Likert dengan 4 pilihan jawaban, maka mean hipotetiknya adalah $\{(40 \times 1) + (40 \times 4)\} / 2 = 100.000$. Variabel Kepuasan nasabah dalam penelitian ini diungkap dengan menggunakan skala yang berjumlah 30 butir dan diformat menggunakan skala Likert dengan 4 pilihan jawaban, skor 1 dan skor 4 maka mean hipotetiknya adalah $\{(40 \times 1) + (40 \times 4)\} / 2 = 100.000$.

b. Empirik

Berdasarkan analisis data, hasil dari analisis statistik diperoleh mean empirik variabel kualitas pelayanan sebesar 81,67 untuk variabel kepuasan nasabah sebesar 81,70.

c. Kriteria

Dalam upaya mengetahui kondisi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah maka perlu dibandingkan antara mean/nilai rata-rata empirik dengan mean/nilai rata-rata hipotetik dengan memperhatikan besarnya bilangan SB atau SD dari variabel yang sedang diukur. Nilai SB atau SD variabel kualitas pelayanan sebesar 22, 530, sedangkan kepuasan nasabah sebesar 22,590. Jadi apabila mean/nilai rata-rata hipotetik < mean/nilai rata-rata empirik, dimana selisihnya melebihi bilangan satu SB/SD, maka dinyatakan bahwa subjek penelitian secara keseluruhan memiliki kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah yang tinggi dan apabila mean/nilai rata-rata hipotetik > mean/nilai rata-rata empirik, dimana selisihnya melebihi bilangan satu Simpangan Baku/Standar Deviasi, maka dinyatakan bahwa subjek penelitian memiliki kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah yang rendah. Selanjutnya apabila mean/nilai rata-rata empirik tidak berbeda (tidak melebihi bilangan SD atau SB) dengan mean/nilai rata-rata hipotetiknya, maka kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dinyatakan sedang

Tabel 8. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Empirik

Variabel	SD	Nilai Rata-rata/Mean		Keterangan
		Hipotetik	Empirik	
Kualitas Pelayanan	22,530	100	81,67	Rendah
Kepuasan Nasabah	22,590	100	81,70	Rendah

Berdasarkan hasil uji mean dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dengan kategori rendah dengan nilai mean hipotetik sebesar 100, dan nilai mean empiric sebesar 81, 67. Pada variable kepuasan nasabah tergolong rendah dengan nilai rata-rata hipotetik sebesar 100 dan nilai empiric sebesar 81,70.

PEMBAHASAN

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada nasabah, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Secara umum, pelayanan di Indonesia masih dinilai kurang baik dan dianggap betelete sehingga masalah tersebutlah yang harus diperbaiki oleh perusahaan dan lembaga lainnya agar dapat merubah citra buruk tersebut menjadi lebih baik. Seperti yang kita ketahui, masalah adalah ketidaksesuaian suatu keadaan dengan apa yang diinginkan.

Kepuasan tidak hanya bisa diraih dengan kualitas pelayanan saja, akan tetapi ada faktor-faktor lain yang dapat mendukung terpenuhinya kepuasan nasabah. Menurut (Rahman, 2022), "Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan". Jadi, pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan pasar atau selera nasabah. Jika tidak, produk akan macet di pasaran karena tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

Nasabah yang merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan mungkin akan mengembangkan sikap yang mendukung perusahaan misalnya dengan berkata positif tentang produk, merekomendasikan perusahaan pada orang lain dan akan setia kepada produk perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang amat penting khususnya dalam dunia perbankan. Pada dasarnya kualitas pelayanan sangat diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah yakni pelayanan yang diberikan mampu melampaui harapan dari nasabah. Bila pelayanan yang diberikan melampaui harapan dari nasabah maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari penerima pelayanan.

Tabel II. Hasil Perhitungan Mean

Variabel	SD	Nilai Rata-rata/Mean		Keterangan
		Hipotetik	Empirik	
Kualitas Pelayanan	22,530	100	81,67	Rendah
Kepuasan Nasabah	22,590	100	81,70	Rendah

Adapun penelitian terdahulu memperoleh hasil hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang terdiri atas Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness dan Assurance memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari persentase jawaban yang diberikan responden pada masing-masing indikator kualitas pelayanan melalui kuesioner yang disebarakan kepada nasabah yaitu diperoleh rata-rata skor Tangibles 3,22, Emphaty 2,9, Reliability 2,64, Responsiveness 3,06 dan Assurance 3,24. Rata-rata skor yang tertinggi adalah Tangibles, Responsiveness dan Assurance yang berarti tanggapan responden terhadap ketiga dimensi tersebut baik, sedangkan rata-rata skor terendah adalah Emphaty dan Reliability yang menunjukkan tanggapan responden terhadap kedua dimensi tersebut termasuk dalam kategori cukup baik. Dengan demikian PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Politeknik harus memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada dimensi Emphaty dan Reliability.

Pada situasi persaingan perbankan, bank-bank membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada di tangan. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perbankan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa perbankan.

Dalam menciptakan kepuasan nasabah, jenis dan mutu produk itu sangat penting. Perusahaan yang jenis produknya sangat inovatif, bermutu tinggi, dengan harga bersaing sehingga dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis, akan dapat menarik lebih banyak pelanggan. Semakin inovatif suatu produk hingga dapat memenuhi segala kebutuhan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan tersebut

SIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan analisis parsial, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,994$, dengan Signifikan $p = 0,000 < 0,05$. Koefisien determinan (R^2) dari pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat adalah $R^2 = 0,988$. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdistribusi sebesar 98,80% terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil uji mean dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dengan kategori rendah dengan nilai mean hipotetik sebesar 100, dan nilai mean empiric sebesar 81, 67. Pada variable kepuasan nasabah tergolong rendah dengan nilai rata-rata hipotetik sebesar 100 dan nilai empiric sebesar 81,70.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, N., Murwadji, T., & Nugroho, B. D. (2020). Kendala Perbankan dalam Meningkatkan Kapasitas Koperasi melalui Pola Joint Financing Banking. *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, 7(1), 17–26.
- Emilia, D., Husni, M., & Nasution, T. (2019). Pelaksanaan Prinsip Pelayanan Publik SAMSAT Medan Selatan dalam Meningkatkan Pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor Roda Dua Implementation of The Principle SAMSAT Medan Selatan Public Services in Increasing Tax Collection of Two Wheeled Motor. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 1(2), 26–31.
- Giavinny, G., & Ugut, G. S. (2022). Pengaruh Kualitas Penerapan Good Corporate Governance dan Risiko Kredit terhadap Profitabilitas Perbankan Asing di Indonesia. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(4), 2212–2219. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i4.1036>
- Ginting, Y. Y., Siregar, N., & Delvika, Y. (2022). Jurnal Ilmiah Teknik Mesin dan Industri (JITMI) Analisis Kepuasan Nasabah pada Kualitas Pelayanan dengan Metode Fuzzy Service Quality dan Quality Function Deployment The Analysis of Customer Satisfaction on Service Quality Using the Fuzzy Service Quality . *Jurnal Ilmiah Teknik Mesin Dan Industri (JITMI)*, 1(2), 87–93. <https://doi.org/10.31289/jitmi.v1i2.1465>
- Harita, G., Panggabean, E. L., & Rahman, A. (2022). Response of Gambas (*Luffa acutangula L.*) Growth and Production with Liquid Organic Fertilizer for Tempe Industry Waste and Compost Onion Skin. *AGRISAINS : Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis*, 4(2), 93–107. <https://doi.org/10.31289/agrisains.v4i2.1400>
- Hotang, N. I., Munte, R., & Simanjuntak, S. (2020). Pengaruh Pihak Ketiga, Biaya Operasional Pendapatan Operasional dan Kredit terhadap Kinerja Keuangan pada Sektor Perbankan di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 538–543. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.358>

- Manihuruk, P. J., Eddy, T., & Fauzi, A. (2020). Peran Perbankan Dalam Pencegahan Dan Pemberantasan Tindak Pidana Pencucian Uang Yang Dilakukan Oleh Nasabah. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 325–332. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.259>
- Miftahuddin, M. (2019). Perbandingan Konsep Keuangan pada Bank Syariah dan Bank Konvensional. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 2(2), 213–228. <https://doi.org/10.34007/jehss.v2i2.86>
- Mustika. (2009). Hubungan Persepsi Tentang Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Sarah Medan. *Analitika Jurnal Magister Psikologi UMA*, 1(2), 62–77.
- Nasution, A. H. (2017). Fungsi Perlindungan Otoritas Jasa Keuangan Terhadap Nasabah Depositor. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v9i1.6456>
- Peronica, R. N., Kadir, A., & Muda, I. (2022). Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pemerintahan Implementasi Kebijakan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank Rakyat Indonesia Unit Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang Policy Implementation of Public Business Credit (KUR) In Bank Rakyat Indonesia Tanj. 1(1), 16–21. <https://doi.org/10.31289/jiaap.v1i1.775>
- Prayogi, M. A., Lesmana, M. T., & Siregar, L. H. (2019). Pengaruh Kompetensi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 665–670. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i2.186>
- Rahman, F. (2022). Analisis Prediksi Finansial Distress dengan Metode Altman Z-Score dan Springate Sebelum dan Selama Covid- 19. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i4.1000>
- Rahmat, A., & Priambada, S. (2018). Pengaruh customer relationship management terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (survei pada pelanggan service kendaraan auto2000 kediri suharmadji). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 64(1).
- Regency, D. S., & Regency, S. (2020). *Jurnal Administrasi Publik (Public Administration Journal)*. 10(5), 1–11.
- Salim, R., Kusmanto, H., & Amin, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Cabang Medan Kota. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 155. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v10i1.9972>
- Silvia, T., Priyadi, B. P., & Dwimawanti, I. H. (2020). Analysis of Service Quality of Indonesian Workers Placement and Protection Service Center Semarang in Placement of Indonesian Migrant Workers. *Jurnal Administrasi Publik (Public Administration Journal)*, 10(June), 12–21.
- Sinaga, H. A., Limbong, D., & Isnaini, I. (2022). Peran Kantor Pertanahan Kota Tanjungbalai dalam Pelaksanaan Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap di Kota Tanjungbalai. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 79–90. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1127>
- Suyanto, M. A. (2022). Strategi Meningkatkan Kepuasan Kerja Pegawai (Studi pada Organisasi Publik). *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 324–332. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1204>
- Yohana, & Sahari, A. (2017). PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA KORPORASI PERBANKAN. *Jurnal Mercatoria*, 10(1). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>